



## TIPS & TRICKS

### Le regole base per un comunicato efficace

Un comunicato stampa è essenzialmente una fonte di informazioni per il giornalista che, leggendolo, dovrà capire in pochi secondi

- 1) Di cosa state parlando
  - 2) Se il tema è interessante da pubblicare.
- Perciò è necessario essere concisi e chiari.  
Come fare?

Il vostro testo dovrà rispondere alle 5 famose domande che ogni giornalista vi porrebbe se vi avesse di fronte:

**Chi?** L'autore/azienda della cosa di cui si parla

**Cosa?** L'oggetto/progetto che volete presentare

**Come?** E' stato realizzato con una tecnologia o con materiali nuovi, insoliti, ha un design innovativo...

**Quando?** La data d'arrivo sul mercato o di presentazione ad una fiera di settore...

**Dove?** Luogo di presentazione/realizzazione/distribuzione...(indirizzo completo)

Ora potete aggiungere anche i **Perché**, cioè potete raccontare da dov'è nata l'idea, come siete arrivati al risultato, chi vi ha sostenuto nel progetto/lavoro, qual è il briefing a cui avete risposto...

Ma cercate d'essere concisi anche in questa fase perché...

...**Un titolo accattivante** accende l'interesse del giornalista.

...**Un sottotitolo esplicativo** lo aiuta a capire se vale la pena proseguire nella lettura.

...**Un testo che non superi la lunghezza di 1800/2000** battute (1 pagina di testo o poco più) lo rassicurerà del fatto che sapete concentrare le informazioni.

Evitate frasi eclatanti come "per la prima volta al mondo", punti esclamativi auto celebrativi e aggettivi troppo entusiasti: potreste essere scambiati per pubblicitari inesperti.

Usate invece un linguaggio semplice anche per parlare di cose complesse. Questo aumenterà la vostra autorevolezza verso la Stampa.

**Non dimenticate** di aggiungere

- un profilo aziendale (se siete un'azienda) o una biografia (se siete un professionista). Anche in questo caso la brevità aiuta;
- una breve didascalia/scheda riassuntiva del comunicato;
- l'indirizzo web del vostro sito /blog dove il giornalista potrà scoprire qualcosa in più di voi.



Infine ricordate di inserire sempre, in fondo al comunicato, i riferimenti telefonici + email della persona che il giornalista dovrebbe contattare per ottenere eventuali approfondimenti.  
Se volete potete **utilizzare il nostro modello base**, da scaricare nella pagina COME FUNZIONA.

### Quando conviene inviare un comunicato?

Se avete completato un progetto particolarmente innovativo, se il vostro nuovo prodotto ha un design interessante, se nel vostro lavoro avete applicato una tecnologia (o materiale) inusuale, se avete vinto un concorso... insomma se pensate che il vostro lavoro abbia qualcosa di nuovo da dire alla Stampa... allora è arrivato il momento di parlarne alla Stampa.

Ricordate solo poche regole: se vi interessa essere pubblicati su una testata mensile dovrete inviare comunicato e immagini almeno 50/55 giorni prima del mese di riferimento.

Per i settimanali avete a disposizione 15 giorni.

Per i quotidiani 3/4 giorni prima.

Per il web... ogni invio potrebbe avere, potenzialmente, un effetto immediato!

### Quali immagini mostrare?

In questo settore le immagini sono fondamentali e, in generale, gli standard di qualità richiesti dalle testate sono piuttosto elevati. Quindi è meglio inviare poche immagini ma di qualità, realizzate da un professionista o per lo meno con strumenti professionali. I rendering non sono molto amati.

Per i prodotti sono preferibili immagini su fondo neutro (bianco), le ambientazioni vengono usate raramente. Magari mostrare 2 o 3 viste, e 2 o 3 varianti di colore.

Per l'architettura meglio chiedere ad un fotografo specialista poiché sono necessari obiettivi particolari.

Può essere utile allegare anche il ritratto fotografico dell'autore (architetto/designer).

### Vuoi comunicare anche con la Stampa Estera?

...allora dovrai inviare il tuo comunicato tradotto almeno in inglese e, eventualmente, nella lingua del paese in cui ti interessa maggiormente essere presentato. Se per esempio il tuo prodotto sarà distribuito in Russia, vale la pena investire in una traduzione in russo. Tra i servizi suggeriti da Design Press troverai quello che ti servirà.

### Cos'è la Rassegna Stampa?

E' la raccolta delle pubblicazioni ottenute grazie al tuo comunicato. Il suo valore è importante perché, ad esempio, maggiore è la diffusione della testata su cui il tuo prodotto/progetto è pubblicato, maggiore sarà la tua visibilità verso il pubblico di quella testata. Altrettanta importanza hanno gli articoli sulle riviste specializzate che, pur avendo una portata di pubblico minore, rappresentano una voce autorevole, per il proprio settore.

Per gli architetti/designer è importante mostrare la propria Rassegna Stampa ai potenziali clienti perché aumenta la loro autorevolezza.

Anche molte aziende inviano periodicamente la propria Rassegna Stampa ai rivenditori, perché indica l'interesse della Stampa e del pubblico verso il loro prodotto.